

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang sesuai tujuan hipotesis dengan menggunakan regresi linier berganda, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kerupuk udang komodo di Surabaya karena konsumen dalam menentukan keputusan pembelian kerupuk udang komodo melihat dari merek yang sudah dikenal, memiliki reputasi yang baik, dan termasuk merek yang disukai konsumen.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kerupuk udang komodo di Surabaya, karena konsumen dalam menentukan keputusan pembelian kerupuk udang komodo melihat dari harga yang diberikan kerupuk udang komodo harga sesuai dengan kualitas produk yang diberikan, harga bersaing, harga sesuai dengan manfaat, dan harga kerupuk udang komodo terjangkau.
3. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kerupuk udang komodo di Surabaya, karena ada atau tidaknya promosi dari produk kerupuk udang komodo konsumen akan tetap melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian kerupuk udang komodo bukan karena promosi, melainkan dari citra merek dan harga yang diberikan



5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditetapkan dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Kerupuk udang komodo di Surabaya dapat meningkatkan citra merek yang telah dimiliki saat ini misalnya dengan membuat standart quality control untuk rasa dan pengemasannya, sehingga konsumen lebih menyukai merek kerupuk udang komodo dan dapat meningkatkan reputasi kerupuk udang komodo selain itu memiliki kemasan yang lebih disukai oleh konsumen.
2. Diharapkan kerupuk udang komodo di Surabaya dapat menambah variasi harga, misalnya membuat harga paketan, memberikan pilihan kemasan lebih besar lebih murah dengan hanya menambah beberapa ribu rupiah saja. Sehingga konsumen merasa mendapatkan harga yang lebih murah dan menguntungkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A David. 2017. Manajemen Ekuitas Merek, Spektrum, Jakarta
- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. Manajemen Strategi Pemasaran, Pustaka Setia, Bandung
- Alma, Buchari, 2016, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Cetakan Keempat, Bandung.
- Aprisal, Dede. 2017, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Great Store Samarinda, Jurnal Administrasi dan Bisnis, Vol.1, Agustus 2017
- Babin, 2011. Menjelajahi Riset Pemasaran. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Basu, Swastha dan Irawan. 2014. Manajemen Pemasaran, BPFE, Yogyakarta
- Budyanto, Teguh. 2016. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Dan Desainerhadap Keputusan Pembelian Dan Minatmerefereasikan Rumah Pada Puri Camar Liwaspt.Camar Sapt Ganda, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Vol (16/4), Juli 2016
- Fajar, Rizky. 2017, Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk Exclusive Matte Lip Cream pada Wardah Beauty House Medan, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol (1/3) Maret 2018
- Ferdinand, A. 2013. Metode Penulisan Manajemen, Universitas Diponegoro, Semarang
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS, Universitas Diponegoro, Semarang
- _____. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25 (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting N, 2015, Manajemen Pemasaran . Bandung : Yrama Widya
- Hariadi, Doni. (2017). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Projector Microvision, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol.1 No.1. p67-87





- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat
- Kementrian Perdagangan. 2019. http://bppp.kemendag.go.id/media_content/2017/08/Renyahnya_Ekspor_Ke_rupuk_Indonesia.pdf. Diakses pada 20 November 2019
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong, 2016. Principles Of Marketing, Edisi 14, Prentice-Hall Published, New Jersey
- _____, 2018. Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- _____, dan Kevin Lane Keller, 2016. Manajemen Pemasaran, Edisi 14 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa: Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kumalasari, Dwi. 2013. Analisis Regresi Untuk Bisnis dan Ekonomi, Edisi 3, BPFE, Yogyakarta
- Maindoka, Lifia. 2018. Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada Pt.Wahana Wirawan Manado, Jurnal EMBA, Vol (6/3). April 2018
- Malau, Halman. 2017. Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Alfabeta, Bandung
- Muanas, Ahmad. 2014, Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Buana Indomobil Trada, Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol (3/12)
- Marius, P Angipora. 2017. Dasar-dasar Pemasaran. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Nitisusatro, Mulyadi. 2013, Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan. Alfabeta, Bandung
- Nugroho, Setiadi. 2015. Perilaku Konsumen, Prenamedia, Jakarta
- Peter, Paul J. dan Jerry C. Olson. 2014. Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Buku 2, ed. 9, Erlangga, Jakarta
- Prasetyo, Budi dan Yunita Rismawati. 2018. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota, Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi, Vol (2/2) Tahun 2018



- Prihatini, C Widha. 2016, Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar, Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar, Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol (3/3) Tahun 2016
- Priyatno, Duwi. 2010. Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendaran. Gaya Media, Yogyakarta
- Santoso, Singgih. 2007. Statistik Deskriptif: Konsep dan Aplikasi dengan Microsoft Exel dan SPSS, CV Andi Offset, Yogyakarta
- Setyowati, F Nur. 2018. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Toko Javascloth Mojolaban Sukoharjo), Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. (1/1) Juli 2018
- Silalahi, Ulber. 2012. Metode Penelitian Sosial. Reflika Aditama: Bandung.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran: Teori & Implementasi, CV Andi Offset, Yogyakarta
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Dede Pustaka, Jakarta
- Sunyoto, Danang, 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta
- _____, 2018. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen Cetakan ketiga, CAPS (Center for Academic Publishing Service), Yogyakarta
- Supriyadi, Fristin, Yuntawari, Indra, Ginanjar. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol (3/1), Januari 2016.
- Thamrin, Abdullah & Tantri Francis. 2016. Manajemen Pemasaran, Permata Buku, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi 3, CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Wibowo, Arif. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umumbus Trans Jogja Terhadap Kepuasan Konsumen, Jurnal Ilmu Manajemen Vol (11/2), April 2014.



Widyasari, Suzy dan Erna T Fifilia. 2016. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi Pada Perumahan Graha Estetika Semarang), Jurnal Ilmiah Telaah Manajemen, Vol. I, Oktober 2016

Zulkifli. (2015). Kebijakan Harga Dalam Hubungannya Dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Suatu Produk, Jurnal Adminika, Vol (1/1), Januari–Juni 2015.